

**EKSISTENSI PERUSAHAAN RITEL MODERN DITINJAU DARI
PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA
DI KOTA SIBOLGA
(Study AIDO PLAZA SIBOLGA)**

SKRIPSI

OLEH:

RIITA SUMANTI-TARIHORAN

NPM 1903400014



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan

**EKSISTENSI PERUSAHAAN RETEL MODERN DITINJAU DARI
PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA
DI KOTA SIBOLGA
(Study AIDO PLAZA SIBOLGA)**

SKRIPSI



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**EKSISTENSI PERUSAHAAN RITEL MODERN DITINJAU DARI
PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA
DI KOTA SIBOLGA
(Study AIDO PLAZA SIBOLGA)**

SKRIPSI

Dijukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Hukum Universitas Medan Area



**PROGRAM STUDY ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

PENGESAHAN

Judul Skripsi : EKSISTENSI PERUSAHAAN RITEL MODREN
DITINJAU DARI PERSEPEKTIF HUKUM PERSAINGAN
USAHA DI KOTA SIBOLGA (Study Aido Plaza Sibolga)

Nama : Rita Sumanti Tarihoran

Npm : 198400014

Fakultas : Hukum



HALAMAN PERNYATAN ORISINITAS

Dengan ini saya

NAMA : RITA SUMANTI TARIHORAN
NPM : 198400014
BIDANG : ILMU HUKUM KEPERDATAAN
JUDUL SKRIPSI : EKSISTENSI PERUSAHAAN RITEL MODREN
DITINJAU DARI PERSEPEKTIF HUKUM
PERSAINGAN USAHA DI KOTA SIBOLGA
(Study Aido Plaza Sibolga)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul EKSISTENSI PERUSAHAAN RITEL MODREN DITINJAU DARI PERSEPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA DI KOTA SIBOLGA (Study Aido Plaza Sibolga) adalah benar karya sendiri tidak menjiplak hasil karya orang lain ataupun skripsi yang dibuat oleh orang lain.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, Juni 2024



METERAI
TEMPEL
Rp 10.000
RITA SUMANTI TARIHORAN
198400014

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**BALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Rita Sumanti Tarihoran

Npm 198400014

Program Study : Hukum Perdata

Fakultas Hukum

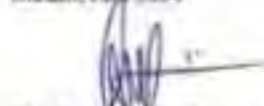
Jenis Karya Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non Exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul

*** EKSISTENSI PERUSAHAAN RITEL MODERN DITINJAU DARI
PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA DI KOTA SIBOLGA
(Study Aids Plaza Sibolga)** beserta perangkat yang ada (jika diperlukan)

Dengan hak bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (Database/Lincrawat), dan memublikasikan tugas akhir skripsi saya selamaterang mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Medan, Juli 2024



Rita Sumanti Tarihoran

198400014

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

ABSTRAK

EKSITENSI PERUSAHAAN RITEL MODERN DITINJAU DARI
PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA DI KOTA SIBOLGA
(STUDI AIDO PLAZA SIBOLGA)

RITA SUMANTI TARIHORAN
NPM. 19.840.0014

Bisnis ritel modern saat ini semakin menjamur hampir di seluruh Indonesia. Berkembangnya bisnis ritel ini dikarenakan konsep yang diusungnya sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern saat ini. Hadirnya Aido Plaza khususnya di kota Sibolga, berdampak penurunan omzet penjualan dari ritel modern yang berada di sekitar Aido Plaza. Dalam penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokasi di Kota Sibolga melakukan penelitian Eksistensi Perusahaan Ritel Modern Ditinjau Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha (Studi Aido Plaza Sibolga). Pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis sosiologis. Secara sederhana, yuridis berarti sesuai hukum, secara hukum dan menurut hukum. Bagaimana konsep eksistensi perusahaan ritel di Aido Plaza Sibolga. Bagaimana peran Pemerintah daerah terhadap penataan usaha ritel modern di kota Sibolga. Bagaimana dampak terhadap eksistensi Perusahaan Ritel Plaza di Sibolga. Pelanggaran norma pertama bersifat *per se illegal*, sehingga dampaknya belum ada tetapi indikasi perbuatan atau perjanjian yang dilarang telah terjadi, maka sudah dinyatakan bertentangan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Pengaturan tersebut diharapkan dapat mencegah praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat di Kota Sibolga.

Kata Kunci : Eksistensi, Ritel Modern, Persaingan Usaha.

ABSTRACT

THE EXISTENCE OF MODERN RETAIL COMPANIES VIEWED FROM
THE PERSPECTIVE OF BUSINESS COMPETITION LAW IN SIDOLGA
CITY
(AIDO PLAZA SIDOLGA STUDY)

RITA SUMANTI TARIHORAN
NPM. 19.040.0014

Modern retail businesses are currently undreaming almost throughout Indonesia. The development of this retail business is due to the concept it carries in accordance with the needs of today's modern society. The presence of Aido Plaza, especially in the city of Sidolga, has an impact on reducing sales turnover from modern retailers around Aido Plaza. In this research was carried out by taking a location in Sidolga City in limited research on the Existence of Modern Retail Companies Viewed from the Perspective of Business Competition Law (Aido Plaza Sidolga Study). The approach used by the author in this research was a sociological, juridical approach. In simple terms, juridical means according to the law, legally and according to the law. Also the concept of the existence of retail companies in Aido Plaza Sidolga, also the role of the local government in structuring modern retail business in the city of Sidolga. Also the impact on the existence of Plaza Retail Company in Sidolga. Violation of the law norm was per se illegal, so the impact was not yet there but indications of prohibitive acts or agreements have occurred, so it had been declared contrary to Law Number 5 Year 1999. The regulation is expected to prevent monopolistic practices and unfair business competition in Sidolga City.

Keywords: Existence, Modern Retail, Business Competition



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Rita Sumanti Tarihoran
Umur : 23 Thn
Tanggal Lahir : 05 April 2000
Tempat Tinggal : Dusun III Aek Rogas Kec. Sosrogadong
Kab. Tapanuli Tengah
Jenis Kelamin : Perempuan
Bangsa : Indonesia
Agama : Kristen Protestan



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis persembahkan kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, skripsi ini telah selesai dikerjakan dengan baik. Sudah menjadi kewajiban bagi saya mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Medan Area, dalam menyelesaikan kuliahnya diwajibkan membuat karya ilmiah bidang hukum, guna untuk meningkatkan synergi-synergi memperoleh gelar Sarjana Hukum. Untuk itu penulis menyusun skripsi yang berjudul

EKSISTENSI PERUSAHAAN RETEL MODEREN DITINJAU DARI PERSPEKTIF HUKUM PERSAINGAN USAHA DI KOTA SIBOLGA (STUDI AIDU PLAZA SIBOLGA). Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang penulis sajikan dalam skripsi ini masih ada kekurangannya. Hal ini karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan untuk penulis, sehingga dengan kesadaran diri penulis mengemukakan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Penyelidikan ilmiah ini tentunya bantuan dari berbagai pihak yang sangat secara langsung maupun tidak langsung, sehingga dan terdistribusi di pesembahkan kepada kedua orang tua tercinta, Kepada Bapak Sahat Tami Tarihoran dan Ibu Lestari Mardita tercinta yang senantiasa memberikan doa, sayang, dukungan, materi serta dan yang selalu di pergunakan pada TUHAN kepada penulis. Skripsi ini disusun oleh penulis guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana di Fakultas Hukum Universitas Medan Area. Penulis berharap dengan adanya skripsi ini dapat menambah referensi para pembaca secara khusus Mahasiswa Fakultas Hukum dan secara umum bagi kalangan umum. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini melibatkan banyak pihak.

Cibin setelah itu dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc., selaku rektor Universitas Medan Area
2. Bapak Dr. Murtomah Cita Ramadana, SH., MH selaku Dekan Fakultas

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin U

3. MH, selaku Wakil Dekan Bidang pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat meninjau proses penulisan serta Fakultas Hukum Universitas Medan Area.
4. Bapak Narang Toms Situmorang, SH, MH, selaku Kakaprodi Fakultas Hukum serta Ketua program studi Universitas Medan Area.
5. Ibu Marcella, SH, M.Kn, selaku Dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan saran yang membangun kepada penulis mulai dari perkembangan hingga penyelesaian skripsi.
6. Ibu Sri Hidayati, SH, M.Hum, selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta kritik dan saran yang membangun kepada penulis.
7. Bapak Rofi Fauci Purno Mita, SH, MH, selaku sekretaris pembimbing skripsi.
8. Ucapan terima kasih kepada seluruh staf pengajar Fakultas Hukum Universitas Medan Area.
9. Terimakasih kepada keluarga besar penulis, Ibu dan Bapak yang sudah memberikan kasih dan sayang kepada penulis mulai dari kecil sampai sekarang, saudara-saudara penulis yaitu kak Ami Tarihoran, Samuel Tualoua, Ni Winda Tarihoran, Jefri Patri Tarihoran, Galang Tarihoran, Ham Tarihoran, Agdel Tarihoran, Nuzul saya Mami Sigalingging, Pak Van Jasmalin Tarihoran dan Kaka ipu serta penulis yang telah memberikan dukungan, semangat serta perhatian kepada penulis. Tanpa cinta dari keluarga tentunya skripsi ini tidak dapat diselesaikan.
10. Kepada pasangan saya Raga Tarihoran mengucapkan terima kasih memberi saya semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Kepada sahabat-sahabat saya terima kasih untuk selalu kalian selalu memberikan perhatian, kasih dan sayang kepada penulis yang selalu memberikan semangat bagi penulis hingga penyelesaian skripsi ini. Terima kasih juga buat teman-teman semua angkatan 2019 yang tidak dapat disebut satu persatu.
12. Kepada Opiang Masuli, Bung Harris, Bung Molteni, yang sudah saya anggap seperti keluarga kedua saya. Terima kasih sudah membuat kehidupan di rantau ini menyenangkan. Kepada Kak Aldo Manis juga terima kasih atas

UNIVERSITAS MEDAN AREA

bantuannya selama dalam penyusunan berkas mulai dari proposal hingga sampai skripsi ini.

13. Kepada Geng Boor Bang Rehan, Mariamsa Marbun, Ami Terima kasih buat dukungan dan doa Nya atas kebaikan kalian yang setia menemani aku ke Aido bolak balik setiap minggu.
14. Terima kasih penulis ucapkan kepada pihak yang terkait dalam proses penelitian yaitu bapa Apt.Aldi Friadi Bondar Selaku Manager di Aido yang telah membantu saya dalam penulisan skripsi ini.
15. Seluruh Teman-teman maupun ALUMNI di Fakultas Hukum Universitas Medan Area yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, atas kebaikan dan kerjasamanya dalam memberikan saran dan motivasi kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih dan semoga skripsi ini berguna bagi kita semua.

Medan, Juni 2024

Rita Sumanti Tarihoran
198400014

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	_____
HALAMAN PENGESAHAN	_____ i
HALAMAN PERNYATAN ORISINITAS	_____ ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASII KARYA ILMIA	_____ iii
ABSTRAK	_____ vi
ABSTRAK	_____ v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	_____ vi
KATA PENGANTAR	_____ vii
DAFTAR ISI	_____ vii
BAB I PENDAHULUAN	_____ 1
1.1 Latar Belakang	_____ 1
1.2 Rumus Masalah	_____ 7
1.3 Tujuan penelitian	_____ 7
1.4 Manfaat Penelitian	_____ 7
1.5 Keahlian Penelitian	_____ 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	_____ 10
2.1 Tinjauan Umum Tentang Eksistensi Periodisidan	_____ 10
2.1.1 Pengertian Eksistensi Perusahaan	_____ 10
2.2 Tinjauan Umum Tentang Ritel Modern	_____ 11
2.2.1 Pengertian Ritel Modern	_____ 11
2.2.2 Jenis- Jenis Ritel Modern	_____ 13
2.2.3 Karakteristik Pasar Modern	_____ 14
2.3 Tinjauan Umum Tentang Persaingan Usaha	_____ 15
2.3.1 Pengertian Persaingan Usaha	_____ 15
2.3.2 Jenis- Jenis Persaingan Usaha	_____ 16

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	23
3.1.1 Tempat Penelitian	23
3.1.2 Waktu Penelitian	23
3.2 Data Penelitian	24
3.3 Jenis Penelitian	24
3.4 Sumber Data	24
3.5 Metode Analisis	25
3.6 Instrumen Penelitian	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Bagaimana konsep eksistensi perusahaan ritel di Aido Plaza Sibolga	26
4.2 Bagaimana peran pemerintah daerah terhadap penataan usaha ritel modern di kota sibolga	29
4.3 Bagaimana dampak terhadap eksistensi perusahaan ritel di Aido Plaza Sibolga	32
BAB V PENUTUP	
5.1 Singkapan	35
5.2 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	40

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk tertinggi keempat di dunia. Hingga tahun 2016 tercatat perolehan populasi penduduk Indonesia sebanyak 261,1 juta jiwa.¹ Dengan jumlah populasi penduduk yang besar di Indonesia, begitu pula angka kebutuhan konsumsi penduduk. Kebutuhan konsumsi tidak bisa dipisahkan dari kebutuhan seperti barang dan jasa yang disediakan oleh distributor. Pasar adalah tempat yang memberikan atau menjual suatu komoditas/benda barang dan jasa kepada konsumen, juga sebagai wadah transaksi sosial dan representasi nilai-nilai tradisional etnisitas dengan adanya transaksi penjual dan pembeli secara langsung baik di kios-kios atau gerai, toko yang dikelola oleh pelaku usaha. Pasar juga sebagai salah satu fasilitas perbelanjaan yang selama ini sudah nyata dan memiliki tempat penting dalam kehidupan masyarakat.

Pasar yang berkembang dalam hal ini bertitik pada usaha ritel yang mana salah satu badan di antara besarnya angka kebutuhan konsumsi masyarakat di Indonesia. Menurut pengamatan penulis di Kota Sibolga hanya terdapat usaha ritel tradisional dan usaha ritel modern, usaha ritel tradisional umumnya dikendalikan oleh konsumen yang tingkat pendapatan dan pertumbuhannya masyarakat kurang begitu tinggi dan cenderung ke bawah, halalnya selipnya harga barang yang

Dalam praktik jual beli di usaha ritel modern sebagaimana digambarkan dalam gambar, penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tertera dalam barang (barcode). Hal pembeli terjadi dengan label harga yang ditempel pada barang maka prosesnya akan memberikan layanan transaksi sebagaimana mestinya. Usaha ritel modern menyajikan tempat belanja yang nyaman dengan harga yang tidak kalah bersaing. Namun dibalik kenyamanan dan kemudahan yang ditawarkan oleh usaha ritel modern, ternyata menimbulkan para pelaku usaha ritel tradisional mengah.

Usaha Ritel Modern selain menyediakan segala barang dan jasa yang dibutuhkan konsumen, juga memiliki segala fasilitas untuk lebih nyaman yang dilengkapi *air conditioner* dan pelayanan yang baik dan ramah. Berbeda usaha ritel tradisional, yang umumnya pelaku usaha kecil, menggunakan prinsip jual dengan modal terbatas. Selain perbedaan utama pada akan berkursus perusahaannya, sehingga oleh pelaku usaha ritel tradisional mereka kalah bersaing dalam mengembangkan usaha dengan mereka karena kehadiran usaha ritel modern. Dari latar belakang tersebut membuat penulis pemerintah daerah perlu menstabilkan jalannya era perindustrian pelaku usaha ritel tradisional agar bisa berjalan harmonis di era kehadiran usaha ritel modern. Dalam hal ini perlu adanya regulasi yang mengatur stabilitas usaha ritel modern dan usaha ritel tradisional. Apabila pemerintah yang ada tidak diintegrasikan dengan sosial, beranggapan harus mematu perindustrian pelaku usaha ritel tradisional akan mengalami penurunan pendapatan di kemudian harinya usaha ritel modern di Kota Sibolga.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas

Di dalam kehidupan sehari-hari, kita juga mengenal istilah industri ritel atau pasar ritel. Keterminalan usaha eceran (*retailing*) meliputi semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis.³ Produk yang dijual pada ritel kebanyakan adalah produk untuk pemenuhan dari kebutuhan rumah tangga termasuk pembelian bahan pokok.⁴ Berdasarkan perkembangannya industri ritel atau juga disebut pasar ritel ini terbagi dua, yaitu pasar ritel modern dan pasar ritel tradisional. Pasar ritel modern terbagi tiga, yaitu Minimarket, Supermarket, dan Hypermaket. Sedangkan pasar ritel tradisional terdiri dari warung dan pedagang kelontong.

Dalam hal ini mengingat pertumbuhan usaha ritel modern mengalami perkembangan yang begitu pesat dikalangan masyarakat dikarenakan pertumbuhannya di Kota Kota Sibolga dalam beberapa tahun terakhir ini mengalami peningkatan yang sangat tinggi. Diperparah lagi oleh beroperasinya usaha ritel modern yang berani beroperasi sebelum izin operasional dikeluarkan. Peraturan Daerah yang ada diharapkan lebih mempertegas kebijakan perijinan pendirian toko modern di Kota Sibolga, yang juga harus memperhatikan keadaan pelaku Usaha Ritel Tradisional di sekitarnya.

Perkembangan Ekonomi yang sangat pesat, diikuti dengan kemajuan teknologi dan informasi, mengakibatkan meningkatnya tuntutan masyarakat akan terpenuhinya segala kebutuhan hidup mereka yang semakin besar. Karena itu, masyarakat membutuhkan suatu tempat yang dapat memenuhi seluruh kebutuhan

³ Eddy Sofyan, *Aspek Bisnis dan Manajemen CRM* (Jurnal *Journal of Retail & Indonesia*, Vol.12, No.2).

Pasar berdasarkan ilmu ekonomi adalah suatu mekanisme dimana para penjual dan pembeli melakukan interaksi atas barang dan jasa. Sementara pasar dalam kehidupan sehari-hari banyak diartikan sebagai tempat umum yang melayani jual beli. Sehubungan dengan itu, kita menggunakan istilah pasar ritel, pasar ritel pada umumnya dapat diartikan sebagai tempat usaha yang didalamnya terdapat mekanisme antara pedagang eceran dengan konsumen akhir atas barang-barang tertentu dalam partai (jumlah) kecil/terasa. Menurut perkembangannya, pasar ini dibagi menjadi dua bagian besar, yaitu pasar ritel modern dan pasar ritel tradisional. ⁵Pasar ritel modern terdiri dari tiga bentuk, yaitu : minimarket, supermarket, dan hypermarket. Sedangkan pasar ritel tradisional terdiri dari warung dan pedagang kelontong.

Perkembangan para pelaku usaha di pasar ritel, secara khusus pada pasar ritel modern di Indonesia dapat dikatakan sangat pesat. Meskipun kondisi perekonomian di Indonesia sejak adanya krisis ekonomi tahun 1997 relatif belum pulih dengan sempurna, namun pertumbuhan pasar ritel modern tumbuh jamur yang tumbuh di musim hujan. Mereka mulai masuk diantaranya melalui jalur waralaba atau dikenal dengan istilah *franchise* maupun melalui perusahaan modal asing (*foreign direct investment*). Fenomena ini merambat dari Bukittinggi hingga sampai ke daerah-daerah. Bahkan berdasarkan data AC Nielsen diketahui jumlah usaha dari pelaku usaha di pasar modern hingga akhir tahun 2003 mencapai 5.079 unit atau melonjak 31,14 % dibandingkan dengan dua tahun sebelumnya yang tercatat hanya 3.865 unit. Tidak hanya itu saja, sekian miliar

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin U

Agustus 2004, survey dari AC Nielsen juga memperlihatkan bahwa pertumbuhan usaha dari pelaku usaha di pasar ritel modern rata-rata adalah 16 % setiap tahunnya. Oleh karena data-data tersebut, maka tidaklah heran apabila seiring kita temukan usaha-usaha dari pelaku usaha di pasar ritel modern, seperti halnya Carrefour, Makro, Hypermart, Giant, Alfamart maupun Indomaret. Dari sekian banyak pelaku usaha di pasar modern, yang paling dekat dengan lingkungan kita sehari-hari adalah minimarket waralaba Alfamart dan Indomaret.

Usaha minimarket berkembang sangat pesat melalui sistem waralaba. Siapa yang tidak kenal Alfamart dan Indomaret? Kedua merk ini dimiliki oleh grup perusahaan ritelnya yaitu Indomaret milik PT. Indomaret Priyansono (Indolond Group) dan Alfamart milik perusahaan patungan antara AHA Group dan PT. IMA Nusantara, Tbk. Sebagai pelaku usaha, kedua perusahaan tersebut memiliki banyak keunggulan seperti, jaringan waralaba dan merchandise gerai minimarket. Tidak hanya satu gerai tapi di setiap daerah di Indonesia khususnya di Kota Sibolga. Sebagai haluan gerai minimarket Indomaret dan Alfamart. Seperti minimarket sudah berhasil mematahkan hati masyarakat Indonesia, hal ini dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya gerai yang dibuka di berbagai daerah di Kota Sibolga.

Dengan konsep dan posisi gerai yang banyak terbuak di lokasi yang strategis memberikan minimarket ritel yang signifikan terhadap konsumen. Letak yang strategis dan dekat dengan perumahan penduduk, membuat konsumen sangat mudah mengunjungi gerai minimarket untuk membeli produk-produk yang

ada juga memenuhi kebutuhan pokok intelek. Tingkat kenyamanan dan fasilitas tinggi yang ditawarkan oleh minimarket, kelengkapan jenis produk-produk serta harga yang relatif murah dan dapat dijangkau oleh masyarakat baik dari golongan ekonomi atas maupun golongan ekonomi menengah menjadikan minimarket tambah digubri oleh masyarakat.

Ketika minimarket telah mencapai puncak kejayaannya, terdapat dua pihak yang merasa dirugikan, pihak tersebut adalah para pelaku usaha dari pasar tradisional. Kekhawatiran para pelaku usaha di pasar tradisional semakin bertambah seiring dengan pesatnya pertumbuhan jumlah gerai yang ada di lingkungan pasar tradisional. Hal ini disebabkan karena konsumen semakin beralih untuk melakukan transaksi jual beli di gerai minimarket.³ Kekhawatiran ini dapat dijawab dengan cara lain, mengadopsi gerai pasar ritel modern (minimarket, supermarket, dan hypermarket) sebagai upaya berdekatan dengan lokasi pasar tradisional, sehingga mengurangi keberadaan pasar tradisional. Apalagi jika kita melihat perang harga promosi minimarket dengan diskon atau bahkan harga berkualifikasi sama barang dan harga yang ditawarkan rendah. Dibandingkan dengan harga yang ada di warung atau toko kelenteng, harga yang ditawarkan minimarket memang jauh lebih murah.

Tentunya dengan kehadiran pasar yang dimiliki oleh minimarket sekarang ini, menyebabkan para pemasok mulai menjajah segmen pasar tradisional dan beralih ke pasar modern. Semakin berkembangnya kekuatan minimarket, menimbulkan ketegangan bagi para pemasok terhadap minimarket tersebut.

Kemudian para pemakai akan berlama-lama untuk menjual produknya kepada PT. Indomaret (Indomaret (Indofood Group) dan kelompok Alfamart dengan PT. HM Sempurna, Tbk agar dapat di Alkermat dan Indomaret.²

Keterbatasan sumbernya tidak hanya dirasakan oleh pedagang tradisional saja, tetapi minimarket juga merasakannya. Kekurangan pasar ritel yang sudah dimiliki oleh minimarket, tapi jika dibandingkan dengan supermarket ataupun hypermarket, keberadaan minimarket bukanlah termasuk pesaing yang berat. Minimarket ritel yang belum bisa memenangkan persaingan usaha yang terjadi antara minimarket dengan supermarket dan hypermarket.³ Keberhasilan yang dirasakan oleh pelaku usaha di pasar tradisional sebenarnya tidak terjadi, karena sebagian besar pelaku usaha kemudian pasar ritel sudah kalah untuk bertahan di pasar tradisional. Untuk produk-produk rumah tangga tersebut misalnya seperti, buah-buahan segar, bumbu-bumbu masak menggunakan pasar tradisional untuk memasok kebutuhan akan produk tersebut. Harga sayur-sayur dan buah-buahan yang ditawarkan oleh pasar tradisional sangat murah jika dibandingkan dengan minimarket atau pasar ritel modern lainnya. Namun jangan ditanya mengenai kualitas dan kebersihan produk tersebut, tentunya minimarket lebih menjamin mutunya dibanding dengan pasar tradisional.

Pada kegiatan ekonomi yang semakin kompetitif dewasa ini, para pelaku usaha dituntut berupaya untuk tetap mampu bersaing dan terus maju dalam

² Ibid., 1. Analisis Perilaku Dalam Berbisnis dan Cara Mempertahankannya, untuk
Dapat Tetap Berkompetitif dan Terus Maju. Penerbit: PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2010.
Hal. 11. dan 107.

³ Ibid., 1. Analisis Perilaku Dalam Berbisnis dan Cara Mempertahankannya, untuk
Dapat Tetap Berkompetitif dan Terus Maju. Penerbit: PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2010.
Hal. 11. dan 107.

...menghadapi setiap masalah perdagangan. "Ada pulaka usaha yang baik, dan banyak pula keperluan lain. Pulaka usaha yang baik itu, sudah tentu memerlukan kegiatan lain dari perusahaannya melalui praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Monopoli dan persaingan usaha sebenarnya merupakan hal yang wajar dalam kegiatan bisnis, tetapi para pelaku usaha dapat memonopoli suatu rambu-rambu dalam hukum persaingan yang sehat.

Prinsip ekonomi adalah pengutuhan memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya dengan risiko kegiatan yang ditinjau secara-kualitas. Prilaku bisnis yang baik ini oleh sebagian pengusaha dapat menjadi senjata ampuh untuk mengalahkan lawan-lawan dalam yang akan mengancam modal bisnisnya. Untuk menghadapi monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat sesuai para pelaku usaha baik di pasar ritel modern maupun di pasar ritel tradisional, maka dibutuhkan suatu sistem hukum yang mengatur seluruh kegiatan pulaka usaha. Maka, dibutuhkan peraturan perundang-undangan yang diharapkan mampu melindungi kepentingan para pelaku usaha melalui UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (LPMU 1999 No. 5 TLNRI No.3817)

Ritel tradisional dan modern mampu mewujudkan kesejahteraan para masyarakat dan diharapkan keberlangsungan ritel keduanya dapat berjalan dengan seimbang, sesuai seiring dengan meningkat dan majunya perkembangan secara global, ritel modern pun ini sangat berkembang termasuk di Indonesia, dan diharapkan dimasa depan para ritel tradisional adalah kebalikan ritel modern

seperti minimarket, Indomart, Hypermart, Ramayana dan lain sebagainya. ¹² Hal ini sejalan dengan kehadiran toko-toko modern yang dapat ditemui di berbagai daerah tidak hanya di kota-kota besar saja tetapi di daerah kecil.

Salah sebuah jenis minimarket berkembang pada awal abad ini dikarenakan pusat besar mempunyai kelebihan utama lain berupa yang kompetitif, sistem jaringan yang lebih bagus, pelayanan dan kenyamanan dalam berbelanja serta sistem distribusi yang lebih baik, sedangkan ritel tradisional di Indonesia masih bermasalah dengan internal pasar seperti buruknya manajemen pasar, sarana dan prasarana pasar yang sangat minim. Karena zaman semakin lama akan semakin berkembang dan maju, tetapi pada dasarnya toko-toko yang ada di lingkungan masyarakat.

Maka untuk menjaga keberlangsungan dari perkembangan industri ritel dan keberlangsungan ritel tradisional pemerintah harus membuat kebijakan yang mendukung keberadaan ritel tradisional tanpa harus menghambat kehadiran industri-industri usaha ritel di Indonesia, yaitu dengan cara pemerintah memberikan subsidi kepemilikan kios atau bisa juga dengan perbaikan layanan.

Dalam perkembangannya, pusat perbelanjaan semakin modern yaitu ditandai dengan penampilan bentuk fisik yang lebih mewah dan fasilitas yang lebih canggih, dibandingkan dengan pedagang tradisional. Toko-toko tradisional masih sangat keberadaannya dengan kehadiran toko-toko modern seperti minimarket yang menawarkan berbagai kemudahan dan kenyamanan yang mendukung dalam proses perbelanjaan.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Bisnis ritel berasal dari kata ritel berarti eceran, pengertian ritailing adalah seluruh aktivitas baik itu perlagangan barang atau jasa secara langsung kepada pelanggan atau konsumen akhir untuk kepentingan diri sendiri, keluarga atau rumah tangga. Berman dan Evans mendefinisikan kata ritel dalam hal lain ritel sebagai keseluruhan aktifitas bisnis yang menyangkut penjualan barang dan jasa kepada konsumen untuk digunakan oleh mereka sendiri, keluarga, atau rumah tangga. Sedangkan Davidson memberikan gambaran tentang bisnis ritel sebagai suatu institusi atau kegiatan bisnis yang penjualannya merupakan penjualan kepada konsumen akhir yang motivasi berbelanjanya adalah untuk kepentingan pribadi atau keluarganya.¹²

Kehadiran toko modern ini tentu akan mengancam eksistensi dari pasar tradisional dan tentu akan berdampak bagi pendapatan pedagang pasar tradisional, baik itu dampak positif maupun dampak negatif bagi pedagang tradisional. Oleh karena itu peran pemerintah sangat penting dalam masalah yang sedang dihadapi oleh ritel tradisional agar kinerja para pedagang kecil tidak menurun yaitu dengan melakukan pemberian subsidi terhadap pendirian khususnya toko-toko itu Alfamart. Sebagaimana Perpres No. 112/2007 tentang pemberian dan pembinaan pasar tradisional pusat perbelanjaan dan toko modern, sebagaimana yang terdapat pada Pasal 1 ayat 12 yang tentang peraturan zona, yang diharapkan mampu melindungi pedagang tradisional. Begitu juga halnya yang terdapat dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil dalam Pasal 8 disebutkan bahwa pemerintah harus menjaga iklim usaha dalam kaitannya dengan persaingan, dengan membuat peraturan-peraturan yang diperlukan. Untuk melindungi usaha

kecil, pemerintah berupaya terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang perorangan atau kelompok tertentu yang merugikan usaha kecil.¹⁴

Karena ritel modern dan tradisional merupakan alternatif tempat berbelanja bagi masyarakat, banyaknya jumlah ritel tempat berbelanja sangat berpengaruh kepada perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan untuk menentukan alternatif tempat, belanja, keputusan pembelian dilakukan konsumen sebelum melakukan pembelian akan suatu barang, dan jasa yang mereka butuhkan dan inginkan. Menurut Kotler dan Armstrong keputusan pembelian merupakan salah proses dimana konsumen aktual melakukan pembelian produk.¹⁵ Kapasitas pembelian memiliki hubungan dengan tujuan pemasaran, pemasaran mempunyai fungsi sangat penting dalam mencapai keberhasilan dan keberlangsungan usaha.

Dari pengertian dapat diartikan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu toko, antara lain produk, harga, promosi, layanan, dan fasilitas fisik. Jadi konsumen akan memilih untuk berbelanja di toko tertentu saja, apabila konsumen merasa nyaman ritel di toko tersebut sesuai prosedur konsumen. Perilaku konsumen dalam memilih tempat berbelanja tersebut yang memudahkan para pembeli untuk melakukan perubahan-perubahan yang ditunjukkan harga, biaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada konsumen saat berbelanja. Segala kegiatan bisnis yang dijalankan ritel dapat menjadi dasar untuk keunggulan bersaing, tapi keunggulan ini harus bisa dipertahankan dalam jangka

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin U

Takdir kesempatan penting bagi ritel untuk mengidentifikasi keunggulan bersaing yang bertahan lama adalah sebagai berikut:

1. Kualitas konsumen, konsumen yang setia atau loyal adalah konsumen yang bersedia untuk berbelanja pada ritel tertentu dan enggan untuk berpindah ke ritel lain pesaing. Mempunyai konsumen yang loyal merupakan hal yang penting dalam mempertahankan keuntungan.
2. Lokasi, lokasi merupakan faktor utama yang diperhatikan oleh konsumen dalam pemilihan toko.
3. Menjunjung sumber daya manusia, para pegawai memiliki peranan penting dalam memberikan layanan pada konsumen dan menyediakan keahlian pelayanan konsumen.²⁶
4. Sistem distribusi dan informasi, ritel yang sukses akan berusaha melakukan pengelolaan operasional secara efisien, terus memenuhi kebutuhan konsumen dari pada saat yang sama, membeli barang-barang dengan harga lebih rendah daripada pesaing-pesaingnya atau menawarkan untuk menggunakan kesempatan yang menarik perhatian konsumen dari para pesaing dengan menawarkan jasa yang lebih baik, berbagai variasi barang dagangan dan penyajian secara menarik.
5. Barang dagangan yang unik, konsumen barang dagangan menjadi hal yang relatif sulit untuk ditiru oleh pesaing.
6. Hubungan pedagang dan penjual, dengan mengembangkan hubungan yang kuat dengan para pedagang dan penjual, ritel bisa mendapatkan hak-hak:

ekualitas, hubungan dengan penjual seperti hubungan dengan konsumen dikombinasikan dalam waktu yang lama dan tidak dapat diimbangi dengan mudah oleh para pesaing.¹⁷

Toko Aido Sibolga adalah memiliki tempat perbelanjaan masyarakat kota Sibolga, dengan fasilitas dan gerai yang lengkap, Aido Plaza bisa salah satu tujuan belanja atau shopping dan refreshing bersama keluarga dan teman teman. Gerai yang tersedia mulai dari supermarket, wahana bermain, toko buah, toko roti, bioskop, restoran hingga toko buku dll.

Berdasarkan pada latar belakang yang diuraikan di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang *Eksistensi Perusahaan RITEL Modern Ditinjau Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha Di Kota Sibolga (Study Aido Sibolga)* .

1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas adalah:

1. Bagaimana konsep eksistensi perusahaan ritel di Aido Plaza Sibolga?
2. Bagaimana peran pemerintah daerah terhadap persaingan usaha ritel modern di kota Sibolga?
3. Bagaimana dampak terhadap eksistensi Perusahaan Ritel Plaza di Sibolga?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana konsep dari ritel modern.
2. Mendeskripsikan dan mengkaji Peran Pemerintah Daerah terhadap Peralatan Usaha Ritel Modern Kota Sibolga.
3. Untuk mengetahui dampak ritel modern di sekitarnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian yang dilakukan ini antara lain:

1. Secara teoritis
 - a. Secara akademik, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran terhadap perkembangan ilmu pengetahuan hukum pada umumnya dan Hukum Perdata pada khususnya, terutama berkenaan dengan hukum persaingan usaha.
 - b. Sebagai masukan dan menambah ilmu pengetahuan bagi pembaca dan masyarakat secara umum dan diri penulis sendiri secara khusus.

2. Secara praktis

Bahan- bahan yang diperoleh dari study dan penelitian akan sangat berharga sekali bagi perumusan politik hukum yang tepat dan serasi atas dalam bidang hukum yang terkait sebagai berikut :

- a. Menambah ilmu pengetahuan bagi penulis memahami suatu karya ilmiah, serta mengetahui tentang eksistensi perusahaan ritel modern ditinjau dari

perspektif hukum persaingan usaha di kota sibolga (Study Aldo Plaza Sibolga)

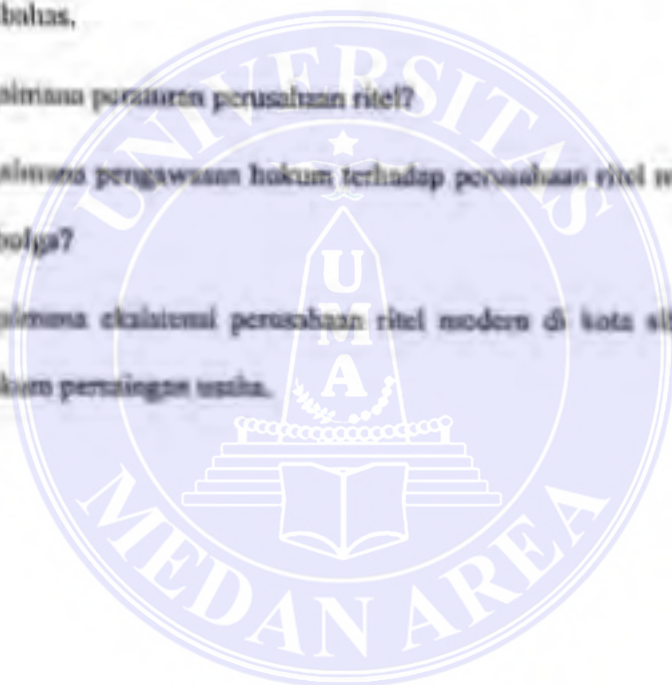
3. Sebagai bahan informasi umum pihak yang berkaitan dan kalangan akademisi untuk menambah wawasan dalam bidang hukum kepantasan dalam hal ini yang terkait dengan eksistensi perusahaan ritel modern ditinjau dari perspektif hukum persaingan usaha di kota sibolga (study Aldo Plaza Sibolga)

1.8 Keahlian Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa berdasarkan informasi dan pengetahuan kepantasan di Indonesia di lingkungan Universitas Medan Area dan Fakultas Hukum Universitas Medan Area, belum ada penelitian yang dilakukan dengan judul ini "Eksistensi Perusahaan Ritel Modern Ditinjau Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha Di Kota Sibolga (Study Aldo Plaza Sibolga)". Akan tetapi, ditemukan beberapa judul serupa yang dilakukan dengan topik dalam skripsi ini antara lain:

1. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Eksistensi Ritel Tradisional Dalam Menghadapi Ritel Modern di Kecamatan Medan Ampian
 - a. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi eksistensi ritel tradisional di Kecamatan Medan Ampian?
 - b. Faktor apa yang paling dominan mempengaruhi eksistensi ritel tradisional di Kecamatan Medan Ampian?
2. Peran Pemerintah Daerah Kota Sibolga Dalam Penatan Usaha Ritel Modern Perspektif Hukum.

- a. Bagaimana Peran Pemerintah Daerah terhadap Penataan Usaha Ritel Modern di Kota Sibolga?
 - b. Bagaimana Tinjauan Hukum Dalam Penataan Usaha Ritel Modern di Kota Sibolga?
3. Rita Sumanti Tarihoran Fakultas Hukum Universitas Medan Area dengan judul Eksistensi Perusahaan Ritel Modern Ditinjau Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha Di Kota Sibolga (Study Area Sibolga) Permasalahan yang dibahas,
- a. Bagaimana peraturan perusahaan ritel?
 - b. Bagaimana pengawasan hukum terhadap perusahaan ritel modern di Kota Sibolga?
 - c. Bagaimana etalase perusahaan ritel modern di kota sibolga menurut hukum persaingan usaha.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Tentang Eksistensi Perusahaan

2.1.1 Pengertian Eksistensi Perusahaan

Didalam KBBI Eksistensi adalah hal berada atau keberadaaan. Eksistensialisme merupakan aliran yang melihat manusia pada eksistensinya, yakni sejauh mana keberadaannya diakui oleh masyarakat sekitar, semakin diakui, maka semakin eksis ia. Aliran ini tidak memperhitungkan materi beserta atribut yang dimiliki seseorang sebagai nilai kemanusiaan. Abraham maslow mengatakan bahwa, pengakuan tentang eksistensi sebagai kebutuhan tertinggi manusia, jauh melampaui kebutuhan rasa aman, kebutuhan sandang, pangan, dan papan.¹⁸ Eksistensi bukan hanya berarti ada atau berada seperti ada atau beradanya barang lain, akan tetapi eksistensi sebagai pengertian khusus hanya untuk manusia, yakni berada secara khusus manusia. Manusia yang dalam keberadaannya itu sadar akan dirinya sedang berada, berada didunia dan menghadapi dunia, sebagai subjek yang menghadapi objek, bersama dengan realitas sekitarnya.¹⁹

Setiap usaha tentunya ada kompetisi dan persaingan dalam mempertahankan eksistensi usaha yang dijelankannya. Dalam dunia bisnis dapat dikatakan bahwa tanpa adanya persaingan, bisnis akan sulit untuk dapat maju.

¹⁸ *Mohammad Mufid, Etika Dan Filsafat Komunikasi*. (Jakarta: Keajaiban 2015), Hlm.101.

¹⁹ *Ibid*, Hlm. 103

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan pula bahwa persaingan dalam berbisnis memerlukan banyak perubahan positif dengan syarat persaingan disikapi dengan bijak.

Hal itu karena tidak menutup kemungkinan adanya sikap yang kurang bijak dari pelaku bisnis yang menghadapi persaingan dengan cara yang kurang baik atau curang. Dengan melakukan hal ini tentunya tidak akan memberikan perubahan positif yang berarti. Untuk itu, sebagai pelaku bisnis yang bijak dan mengingkatkan bisnisnya berjalan dengan lancar, sebaiknya hadapilah persaingan dengan bijak. Salah satu caranya adalah dengan terus memberikan usaha yang maksimal untuk mengembangkan bisnisnya. Mengingat manfaat pemolegasi dalam berbisnis, ini sangat berpengaruh pada perkembangan bisnis yang sedang dijalankan.²²

2.2 Tinjauan Umum Tentang Ritel Modern

2.2.1 Pengertian Ritel Modern

Pengertian Ritel berasal dari bahasa perancis, *retailer*, yang berarti memotong atau memecahkan sesuatu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Eceran berarti secara satu-satu, sedikit-sedikit atau satu-satu langsung kepada konsumen akhir untuk keperluan konsumsi pribadi, keluarga, ataupun rumah tangga dan bukan untuk keperluan bisnis (dijual kembali).

1. Menurut Suryoto "Retailing" adalah semua aktivitas yang Mengikuti sertakan pemasaran barang dan jasa secara langsung kepada pelanggan. "Sedangkan

²² Dwi Sulaksana, *Ritel Penggerak Dan Pemasaran* (Bandung: Alfabeta Co 2/07),

retailer adalah semua organisasi bisnis yang memperoleh lebih dari setengah hasil penjualannya dari retailing. Istilah konsumen yang menjadi sumber dari retailing adalah konsumen akhir yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri.

2. Menurut Kotler mendefinisikan sebagai berikut: Ritel meliputi semua kegiatan yang melibatkan penjualan barang atau jasa secara langsung pada konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis. Kotler juga menambahkan setiap bisnis perusahaan yang volume penjualannya utamanya berasal dari retailing.
3. Menurut Utami menyatakan bahwa, nilai dapat dirikan dari asal katanya yang berasal dari bahasa Perancis, *Vendre*,⁵⁷ yang berarti menjual atau menjual umum. Terjadi dengan aktivitas yang dilakukan, maka ritel merupakan upaya untuk memecah barang atau produk yang diowolkan dan distribusikan oleh produsen atau perusahaan dalam jumlah besar dan massal untuk dapat dikonsumsi oleh konsumen akhir dalam jumlah kecil sesuai dengan kebutuhannya.
4. Menurut KamusIndo - menyatakan bahwa perdagangan ritel adalah suatu kegiatan menjual barang dan jasa kepada konsumen akhir. Perdagangan ritel ini sangat penting artinya bagi produsen, karena melalui perdagangan ritel dapat memperoleh informasi berharga tentang pembeliannya. Produsen dapat memperoleh data dari pengeceran, pandangan konsumen mengenai

⁵⁷ Michael Adiwijaya, 5 Juru Jitu Mengalahkan Bisnis Ritel Ala Indonesia (Jakarta: P1 Elev Media 2016), 2.

bentuk, rasa dan daya tahan, harga dan segala sesuatu mengenai produknya juga dapat diketahui mengenai kekuatan pesaing.

2.2.2 Jenis-Jenis Ritel Modern

Jenis-jenis pengecer toko dapat dibedakan berdasarkan tingkat pelayanannya menurut Kotler sebagai berikut:

a) Swalayan (*Self service*)

Swalayan adalah merupakan dasar dari semua operasi diskon. Banyaknya pelanggan yang bersedia melakukan sendiri proses menemukan, membandingkan memilih guna menghemat uang.²²

b) Swapilih (*Self selection*)

Para pelanggan mencari barang sendiri, walaupun mereka dapat meminta bantuan. Para pelanggan menyelesaikan transaksi mereka setelah membayar kepada pramuniaga.

c) Pelayanan terbatas (*limited service*)

Pengecer ini menjual lebih banyak barang shopping, dan pelanggan memerlukan lebih banyak informasi serta bantuan. Toko-toko ini juga menawarkan jasa seperti kredit dan hak pengembalian barang.

d) Pelayanan penuh (*Full service*)

Pramuniaga siap untuk membantu dalam tiap tahap dari proses menemukan membandingkan-memilih. Pelanggan yang tidak dilayani akan memilih toko jenis ini. Biaya pegawai yang tinggi, ditambah dengan proporsi yang tinggi

atau barang khusus dan barang yang populasinya lambat serta jasa yang banyak, menyebabkan terjadinya eceran yang besarnya tinggi.

2.2.3 Karakteristik Pasar Modern

Pasar adalah lembaga ekonomi dimana para pembeli dan penjual baik secara langsung maupun tidak langsung dapat melakukan transaksi perdagangan barang dan atau jasa (Pasal 1 angka (9) UU No. 5 Tahun 1999). Sementara itu, pasar secara umum didefinisikan sebagai suatu hal yang konkret, yakni sebagai tempat umum yang melayani jual beli.

Pasar ritel sebagaimana yang menjadi fokus dalam bagian ini, adalah tempat usaha yang didalamnya terdapat mekanisme antara pedagang eceran dengan konsumen akhir atas barang-barang tertentu dalam partai (jumlah) kecil atau satuan. Menurut Hadi Hartono, dalam perkembangannya pasar ritel terbagi menjadi dua yaitu pasar ritel modern dan pasar ritel tradisional. Perbedaan yang mendasar diantara kedua ritel tersebut terletak pada tata ruang, teknologi informasi, dan pelayanan.

Karakteristik dari Pasar Ritel Modern adalah (Hadi Hartono, 2007):

- a. Konsumen tidak dapat menawar harga barang yang hendak dibeli
- b. Terdapat label harga khusus pada barang yang hendak dijual (*barcode*)
- c. Konsumen memilih dan mengambil sendiri barang yang hendak dibeli (*self-service*)
- d. Kenyamanan toko atau tempat menjual menjadi pertimbangan khusus bagi konsumen dalam memilih di toko mana ia akan berbelanja

f. Pada umumnya pemilik (pemegang ritel) berbentuk badan usaha dengan manajemen yang teratur

g. Pembayaran pada umumnya dapat dilakukan secara tunai dan kredit.

Berdasarkan karakteristiknya, pasar modern dapat dikelompokkan menjadi tiga, yaitu : (Hadi Hartono, 2007 : 13)

1) Minimarket (berdasarkan KBBI, minimarket adalah pasar swalayan kecil atau supermarket kecil), selanjutnya penulis menyebut dengan minimarket.

2) Supermarket (berdasarkan KBBI, supermarket adalah pasar swalayan)

3) Hypermarket

Adapun ciri-ciri dari masing-masing pasar modern adalah:

1) Minimarket

a. Jenis komoditi atau barang dagangan yang dijual merupakan barang-barang kebutuhan rumah tangga sehari-hari seperti produk makanan dan minuman dalam kemasan siap saji.

b. Kegiatan dilakukan secara seram dan cara pelayanan dilakukan secara sendiri oleh konsumen dengan menggunakan kereta jaring atau peralatan lain (kereta dorong atau *rolley* yang telah disediakan)

c. Luas lantai usahanya maksimal 250 m²

d. Harga barang yang dijual dicantumkan secara jelas dan pasti

e. Jumlah item produk yang dijual antara 2.000 – 3.000 item produk

f. Keberhasilan lokasi gerai sekitar perumahan

2) Supermarket

- a. Jenis komoditi atau barang yang didagangkan merupakan barang-barang kebutuhan rumah tangga sehari-hari, termasuk kebutuhan sembilan pokok
 - b. Kegiatan penjualan dilakukan secara eceran dan cara pelayanan dilakukan secara sendiri oleh konsumen dengan menggunakan kereta jinjing atau peralatan lain
 - c. Harga barang dagangan yang dijual dicantumkan secara jelas dan pasti pada kemasan barang pada suatu tempat tertentu yang mudah terlihat oleh konsumen
 - d. Luas lantai rata-rata maksimal 4.000 m²
 - e. Jumlah item produk yang dijual antara 10.000 – 18.000 item produk (70% barang ritel dan 30% fresh product)
- Memiliki cash register lebih dari 3 (tiga) mesin

3) Hypermarket

- a. Jenis Komoditi atau barang dagangan yang dijual merupakan barang-barang kebutuhan rumah tangga sehari-hari seperti produk makanan dan minuman dalam kemasan yang siap saji, kebutuhan sembilan bahan pokok serta *fresh product*, *household product*, dan *electronics*
- b. Kegiatan penjualan dilakukan secara eceran dan cara pelayanan dilakukan secara sendiri oleh konsumen dengan menggunakan kereta jinjing atau peralatan lain.

- c. Harga barang dagangan yang dijual dicantumkan secara jelas dan pasti pada kemasan barang pada suatu tempat tertentu yang mudah dilihat oleh konsumen
- d. Luas lantai usahanya maksimal 4.000 m² dan maksimal 8.000 m²
- e. Jumlah item produk yang dijual antara 19.000 – 40.000 item produk (70% barang ritel dan 30% fresh product)
- f. Memiliki cash register sekurang-kurangnya 20 (dua puluh) mesin.

2.3 Tinjauan Umum Tentang Persaingan Usaha

2.3.1 Pengertian Persaingan Usaha

Persaingan berasal dari kata dasar *suing* yang berarti berlomba atau (mengatasi, dahulu mendahului), dengan kata lain yakni usaha untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang di lakukan perorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, dan pertahanan. Persaingan adalah proses sosial yang melibatkan individu atau kelompok yang saling berlomba dan berusaha sesuatu untuk mencapai kemenangan tertentu.³ Pesaing merupakan perusahaan yang menghasilkan atau menjual barang atau jasa yang sama atau mirip dengan produk yang di tawarkan. Kualitas manusia akan meningkat akibat adanya persaingan yang sehat. Manusia pesaing adalah orang-orang yang secara sadar berlatih dan bekerja keras untuk bersaing dan memenangkan persaingan itu.

Persaingan usaha tidak selalu berjalan baik, karena pada dasarnya banyak

UNIVERSITAS MEDAN AREA

ditunjukkan perilaku usaha yang rela menghalalkan berbagai cara meskipun cara

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan

yang digunakan untuk bersaing merupakan cara yang tidak sah, sehingga terjadi persaingan yang tidak sehat dimana pelaku usaha mungkin hilang.

Persaingan usaha menurut hukum ialah persaingan hal yang diperbolehkan, apabila persaingan usaha tersebut dijalankan secara sehat, namun ketika melakukan persaingan usaha terdapat unsur monopoliistik dalam rangka menguasai kekuasaan dengan cara yang tidak jujur, melawan hukum maka ekonomi akan melambatnya.

2.3.2 Jenis-Jenis Persaingan Usaha

Menurut Nordin & Palujan, persaingan usaha dapat berbentuk persaingan usaha (*perfect competition*) dan persaingan tidak sehat (*imperfect competition*).

a. Persaingan Sehat (*perfect competition*)

Persaingan secara sehat memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Menjamin persaingan dipasar dengan pencapaian efisiensi ekonomi di semua bidang kegiatan usaha.
2. Menjamin kesejahteraan konsumen serta melindungi kepentingan konsumen.
3. Membuka peluang pasar yang seluas-luasnya dan menjaga agar tidak terjadi konsentrasi pada kelompok tertentu.²¹

Dalam suatu persaingan usaha, para pelaku usaha harus memetik harga yang sesuai konsumen, produsen harga ini tentunya akan berakibat berkurangnya keuntungan yang diperoleh. Namun demikian hal tersebut merupakan suatu tindakan yang lebih dibarengi oleh para pelaku usaha. Tindakan seperti ini digunakan karena ingin memajukan pangsa pasar dengan

menyungkalkan pesaing secara tidak wajar. Adapun tindakan-tindakan yang biasa dilakukan oleh para pelaku usaha dalam melakukan persaingan usaha secara tidak wajar dalam rangka memenangkan persaingan usaha antara lain adalah sebagai berikut:

1. Penetapan Harga (*Price Fixing*).

Penetapan harga adalah termasuk dalam tindakan persaingan usaha yang bisa terjadi secara vertikal maupun horisontal yang dianggap sebagai hambatan perdagangan, karena membawa akibat buruk terhadap persaingan harga. Boikot dalam hubungannya dengan persaingan usaha merupakan tindakan mengorganisir suatu kelompok untuk menolak hubungan suatu usaha dengan pihak tertentu. Dengan demikian boikot merupakan suatu tindakan bersama yang dilakukan oleh sekelompok pembeli yang menolak membeli produk perusahaan tertentu yang karena suatu alasan tertentu tidak mereka sukai.²⁴

2. Pembagian Pasar Secara Horizontal.

Tindakan ini merupakan salah satu cara untuk menghindari persaingan yang bisa diambil oleh suatu perusahaan yang saling bersaing dalam suatu usaha. Tujuannya adalah mengorangi persaingan dengan cara menentukan pasar yang bisa dikuasai secara eksklusif oleh masing-masing pesaing.²⁵

3. Pembatasan Perdagangan Secara Vertikal Dengan Menggunakan Alat Selain Harga (*Non-Price Vertical Restraints*).

²⁴ Soekartono, *Dasar Hukum dan Teori Hukum, Asas dan Larangan Praktik Mengikuti Dan Persamaan Undang-Undang Tidak Sehat Di Indonesia*, 43
²⁵ Soekartono, *Dasar Hukum dan Teori Hukum, Asas dan Larangan Praktik Mengikuti Dan*

Hal ini merupakan bahwa pedagang bisa menahan ketika penjualan yang berada pada level usaha tertentu sampai penjualan lain pada level usaha di bewahya dengan cara menurunkan harga.

Di samping dengan menentukan harga secara vertikal juga bisa menahan oleh perjanjian-perjanjian vertikal yang menggunakan alat selain harga (*non-price instruments*).

4. Diskriminasi Harga (*Price Discrimination*)

Diskriminasi harga yaitu penetapan harga yang lebih murah bagi pelanggan tetap, umumnya harga ditetapkan oleh perusahaan yang sedang berupaya mempromosikan atau membuka pasaran baru bagi produknya. Dari sisi konsumen praktik diskriminasi harga bisa menguntungkan apabila mereka termasuk sebagai konsumen yang dikenal harga yang lebih rendah.²⁸

1. *Bid-rigging*. *Bid-rigging* adalah praktik persaingan yang bisa terjadi di antara para pelaku usaha yang seharusnya saling merupakan pesaing dalam suatu bidang. Secara sederhananya adalah kesepakatan untuk alih-alih bersaing mengatur pemenang dalam suatu penawaran bidang melalui pengalihan harga penawaran.

4. Penyalahgunaan Posisi Dominan (*Abuse of Dominant Position*)

Ketika seseorang pelaku usaha yang memiliki dominasi ekonomi melalui bentuk monopoli atau persaingan tidak bebas bersaing dengan pesaingnya, ia telah menyalahgunakan posisi dominan.

²⁸ D. Purwati, R. Setyaningsih, *Ilmu Hukum Bisnis Ritel Modern*, Jakarta: PT Elex

b. Persaingan Tidak Sehat (*Unperfect Competition*)

Tindakan anti persaingan adalah tindakan yang bersifat menghalangi atau menagih terjadinya persaingan, yaitu suatu tindakan untuk menghalangi persaingan jangan sampai terjadi. Tindakan seperti ini digunakan oleh pelaku usaha yang ingin memegang posisi monopoli, dengan menagih calon pesaing agar meninggalkan pasar dengan cara-cara yang curang.³⁰

1. Monopoli. Suatu pasar disebut monopoli apabila jawab terdapat terdiri atas satu produsen dengan banyak pembeli dan terlindungi dari persaingan, pasar yang bersifat monopoli umumnya menghasilkan komoditas produk yang lebih sedikit sehingga masyarakat membayar dengan harga yang lebih tinggi. monopoli dapat terjadi baik melalui persaingan pasar maupun secara alami.³¹
2. Kartel adalah gabungan dari perusahaan-perusahaan yang sejenis yang secara terbuka sepakat untuk mengatur kegiatannya di pasar. Dengan cara ini kartel adalah gabungan para produsen barang dan jasa yang dimanfaatkan untuk melindungi pasar apabila semua perusahaan di dalam satu industri sepakat mengkoordinasikan kegiatannya, maka pasar akan berhenti monopoli sempurna, umumnya kartel membantu kekuatan monopoli di pasar dengan mengatur supply antara sesama-cara melalui pembagian kuota produksi kepada anggota-anggotanya. Dengan perjanjian tersebut, kartel akan mampu menstabilkan harga dan masing-masing anggota akan menikmati keuntungan yang jauh di atas tingkat yang dicapai dalam pasar yang bersaing sempurna. Keberhasilan satu kartel dalam mengatur pasar akan dibentengi oleh

komponen dari pasar sempurna dalam memahami konsep-konsep yang telah ditanyakan.²⁹

1. **Dominan Firm (Firm Dominan):** Pasar dengan jumlah produsen yang banyak tidak identik bahwa pasar tersebut bersaing sempurna, jumlah perusahaan tidak akan turun apabila dalam pasar yang bersangkutan terdapat dominan firm atau posisi dominan, pasar dengan dominan firm adalah pasar dimana satu perusahaan menguasai sebagian besar pangsa pasar dimana dikuasai oleh perusahaan-perusahaan berskala kecil tetapi dengan jumlah yang sangat besar dengan struktur pasar seperti ini, dapat mempengaruhi pembentukan harga di pasar melalui penentuan harga produksinya sehingga ia mempunyai kekuatan monopoli yang cukup berarti, dominan firm selain dapat biaya lebih dari satu perusahaan juga terdapat terdapat pula beberapa perusahaan yang secara kolektif menyatukan pengambilan keputusan dalam bentuk kartel, dominan firm akan bertindak sebagai pengatur harga, di dalam pasar yang dikuasai oleh dominan firm kekuatan pasar akan ditentukan oleh jumlah perusahaan yang memasuki pasar, dan biaya produksinya.³⁰

z. Tujuan Hukum Persaingan Usaha

Pada praktik hukum persaingan usaha terdapat bahwa pada umumnya persaingan mengutamakan bagi masyarakat. Kompetisi memberikan berbagai keuntungan kepada konsumen seperti harga yang lebih murah, produk yang

²⁹ *Salah satu* *Dasar Hukum* *Undang-Undang* *Perdagangan* *dan* *Industri* *Republik* *Indonesia* *(UUPDI)*

dan *Undang-Undang* *Perdagangan* *dan* *Industri* *Republik* *Indonesia* *(UUPDI)*

dan *Undang-Undang* *Perdagangan* *dan* *Industri* *Republik* *Indonesia* *(UUPDI)*

dan *Undang-Undang* *Perdagangan* *dan* *Industri* *Republik* *Indonesia* *(UUPDI)*

lebih besar, pelayanan yang lebih baik, pilihan lebih banyak dan inovatif dibandingkan dengan keadaan dimana persaingan diawasi.

Kebijakan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sebagai *tool of social control and a tool of social engineering* sebagai alat kontrol sosial, UU No. 5 Tahun 1999 terutama menjaga kepentingan umum dan menegakkan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Selanjutnya sebagai alat rekayasa sosial, UU No. 5 Tahun 1999 berambisi untuk meningkatkan efisiensi ekonomi nasional, mewujudkan iklim usaha yang kondusif melalui penghapusan persaingan usaha yang tidak sehat, dan bertujuan menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha (Ayudha D. Prayoga, 2000 : 52-53).

Makna persaingan usaha di Indonesia memiliki acuan cita-cita. Adapun cita-cita ideal hukum persaingan usaha adalah:

1. Menjaga kepentingan umum, mewujudkan efisiensi ekonomi untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.
2. Mewujudkan iklim usaha yang kondusif sehingga menjamin adanya kegiatan berusaha.
3. Terciptanya efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha.
4. Dampak Hukum Persaingan Usaha Hingga Saat Ini

Apabila cita-cita ideal tersebut dapat dioperasionalkan dalam kehidupan nyata, Undang-Undang No.5 Tahun 1999 akan membawa nilai positif bagi perkembangan iklim usaha di Indonesia, yang selama ini dapat dikatakan jauh dari kondisi ideal. Selanjutnya, UU No. 5 Tahun 1999 secara tidak langsung akan memaksa pelaku usaha untuk lebih efisien dalam mengelola usahanya.

Karena UU No. 5 Tahun 1999 juga menjamin dan memberi peluang yang besar kepada pelaku usaha yang ingin berusaha terutama bagi pelaku usaha kecil.

Dampak positif lain dari UU No. 5 Tahun 1999 adalah terciptanya pasar yang tidak terdistorsi, sehingga menciptakan peluang usaha yang semakin besar bagi para pelaku usaha. Kredibilitas ini akan memotivasi para pelaku usaha untuk lebih inovatif dalam menciptakan dan memasarkan produk (barang dan jasa) mereka. Jika hal ini tidak dilakukan, para konsumen akan beralih kepada produk yang lebih baik dan kompetitif. Ini berarti bahwa, amaris tidak menguung UU No.5 Tahun 1999 akan memberikan kemungkinan bagi konsumen dalam bentuk produk yang lebih berkualitas, harga yang bersaing, dan pelayanan yang lebih baik. Namun perlu diingat bahwa UU No. 5 Tahun 1999 belum mengizinkan ukuran bagi perusahaan-perusahaan besar yang telah berdiri sebelum undang-undang ini diundangkan, sehingga perusahaan-perusahaan tersebut tidak melakukan praktik-praktik yang dilarang oleh UU No. 5 Tahun 1999.

Di samping mengikat para pelaku usaha, UU No. 5 Tahun 1999 mengikat pemerintah untuk tidak mengabaikan peraturan-peraturan yang bersifat memberikan kemudahan dan fasilitas istimewa kepada para pelaku usaha tertentu yang bersifat monopolistik. Akibatnya, dunia usaha Indonesia menjadi tidak terbuka dengan iklim kompetisi yang sehat, yang pada akhirnya menimbulkan kerugian yang harus ditanggung oleh seluruh lapisan masyarakat. Oleh karena itu, ketidaksihan UU No. 5 Tahun 1999 diharapkan mampu mengikat pemerintah untuk lebih objektif dan profesional dalam mengatur dunia usaha di Indonesia.

2.4 Tujuan Umum tentang Perjanjian dan Perjanjian yang Dituntut bagi Pihak Usaha

2.4.1 Perjanjian Pada Umumnya

Berdasarkan judul yang penulis tulis, yaitu mengenai pemasaran waralaba, maka perlu diketahui bahwa terdapat dua pihak yang sulit dalam kegiatan usaha yang dibedakan oleh pemasaran waralaba tersebut, yaitu pemilik (yang sekaligus juga bertindak sebagai pemasok atau distributor) dan pihak terwaralaba. Sumber dari hubungan antara pewaralaba dan terwaralaba adalah suatu perjanjian jual beli. Oleh karena itu, demi pengajaran terhadap hubungan usaha antara pemasaran waralaba dengan para pemasok, maka perlu ringkas penulis akan menjelaskan bagaimana pandangan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan Undang-Undang Hukum tentang perjanjian & perjanjian jual beli.

Dalam Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata disebutkan tentang definisi perjanjian yaitu : perbuatan dengan dua atau lebih orang atau lebih mengakibatkan adanya hubungan satu orang atau lebih. Tetapi Pasal 1313 KUHPerdata tidak menjelaskan pengertian perkataan sesedikit ada hubungan yang erat antara perbuatan dengan perjanjian. Dengan adanya perjanjian timbulah suatu hubungan antara dua orang atau lebih yang diumumkan perkataan. Perjanjian itu menimbulkan suatu perkataan antara dua orang atau lebih yang memuatnya. Dalam bentuknya perjanjian itu berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung jual-jual atau lainnya yang dianggap satu kesatuan. (Sudarto, 1979: 15).

Hukum perjanjian mengatur sistem sebagai, sebagai hukum perjanjian

mengadakan perjanjian yang berisi apa saja asal tidak bertentangan dengan kepentingan umum dan keadilan. Lebih lanjut secara umum agar suatu perjanjian dikatakan sah maka berdasarkan Pasal 1320 KUHPU, perjanjian harus memenuhi beberapa syarat, yakni :

1) Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya.

Suatu syarat yang logis, karena dalam suatu perjanjian setidaknya tidaknya ada dua orang yang saling berhadap-hadapan dan mempunyai kehendak yang saling mengisi. Orang dikatakan telah memberikan persetujuan/suapaknya, kalau orang memang menghendaki apa yang disepakati (J. Satrio, 1992 : 126).

2) Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian.

Membuat suatu perjanjian harus cukup menurut hukum. Pada dasarnya setiap orang yang sudah dewasa dan sehat pikirannya adalah cukup menurut hukum. Disebutkan dalam Pasal 1320 KUHPU sebagai orang-orang yang tidak cukup untuk membuat suatu perjanjian :

- a. Orang yang belum dewasa
- b. Mereka yang ditaruh di bawah pengampuan
- c. Orang perempuan dalam hal yang ditetapkan Undang-undang dan semua orang kepada siapa Undang-undang telah melarang untuk membuat perjanjian tertentu.

3) Suatu hal tertentu.

Yang dimaksud disini adalah bahwa objek perjanjian tidak harus secara individual tertentu, tetapi cukup jenisnya ditentukan. Objek perjanjian adalah

prestasi yang menjadi pokok perjanjian yang bersangkutan.

4) Suatu istilah yang jelas

Istilah perjanjian harus secara umum dapat dimengerti, artinya juga harus jelas (tidak acuh-racuh), istilah ini perjanjian harus yang akan dilaksanakan.

Mereka mengadakan perjanjian dengan maksud melaksanakan isi perjanjian tersebut dan berdasarkan Pasal 1320 dan Pasal 1322 isi perjanjian tidak boleh bertentangan dengan Undang-undang kesucian dan ketertiban umum.

Terdapat pula tiga azas perjanjian, yaitu :

1) Azas Konsensualisme

Arti Azas konsensualisme adalah pada dasarnya perjanjian dan perilaku yang timbul karenanya itu sudah dibuktikan sejak dari tercapainya kesepakatan. Dengan kata lain, perjanjian itu sudah sah apabila sudah sepekat mengesepi hal-hal yang pokok dan tidaklah diperlukan sesuatu formalitas.

2) Azas Kekuatan Mengikat dari Perjanjian (*Pacta sunt servanda*)

Yaitu para pihak harus mematuhi apa yang telah dijanjikan, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1338 KUPP bahwa perjanjian berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak. Perjanjian itu mengikat demikian Pasal 1333 ayat (1), dalam suatu perjanjian yang paling penting adalah isinya, keterikatan para pihak pada suatu perjanjian adalah keterikatan kepada isi perjanjian, padahal isinya dimengerti atau dalam hal-hal tertentu dianggap dimengerti oleh para pihak sendiri. Karena isinya dimengerti sendiri, maka

UNIVERSITAS MEDAN AREA

2) Asas Kebebasan Berkontrak

Yaitu bahwa orang bebas membuat atau tidak membuat perjanjian, bebas memutuskan isi, bentuknya dan syarat-syarat perjanjian, dengan bentuk tertentu atau tidak dan bebas memilih Undang-undang mana yang akan dilakukannya untuk perjanjian.

2.4.2 Perjanjian Jual Beli

Subsidi, menyatakan bahwa perjanjian jual beli merupakan perjanjian berimbal balik dimana pihak yang satu (penjual) berjanji untuk menyerahkan hak milik atas suatu barang, sedang pihak lain (pembeli) berjanji untuk membayar harga yang terdiri atas sejumlah uang sebagai imbalan diterpetnya hak milik tersebut (Pasal 1457 KUHPerd).

Dari definisi tersebut, diketahui bahwa perjanjian jual beli adalah perjanjian, dengan demikian secara umum untuk dikatakan sah dan berkeabsahan hukum, maka perjanjian jual beli harus memenuhi syarat-syarat umumnya sahnya perjanjian (Pasal 1320 KUHPerd). Lebih lanjut unsur-unsur pokok (Essensialia) dari perjanjian jual beli adalah uang dan barang. Sehubungan dengan itu dalam perkembangan doktrin ilmu hukum, diklasifikasi adanya tiga unsur dalam perjanjian, yaitu: Essensialia, Naturalia, dan Akcidentalia.

Unsur Essensialia pada prinsipnya adalah bagian dari suatu perjanjian yang harus selalu ada, tanpa unsur ini, maka suatu perjanjian tidak mungkin ada, seperti yang telah disebutkan diatas bahwa unsur Essensialia dalam perjanjian jual beli adalah uang dan barang. Selanjutnya unsur Naturalia adalah bagian dari suatu perjanjian yang sudah diatur sebagai suatu hukum pelengkap, oleh karenanya

misalnya ketentuan mengenai biaya penyerahan, apabila tidak diperjelaskan, maka biaya penyerahan dipikul oleh penjual (Pasal 1476 KUHPd). Sementara untuk Akadematika pada dasarnya adalah bagian dari perjanjian yang ditandatangani para pihak, yang oleh undang-undang (undang dibuktikan atau tidak dilarang (dalam perjanjian jual beli misalnya ketentuan mengenai penangan suatu barang).

Selanjutnya menurut Pasal 1437 jo 1458 KUHPd, termasuk bahwa perjanjian jual beli termasuk dalam kualifikasi perjanjian konvensional obligatoir. Konvensional berarti perjanjian jual beli lahir pada detik tercapainya sepakat mengenai harga dan barang (tertentu) diantara para pihak. Perjanjian jual beli telah terjadi meskipun barang belum diserahkan dan/atau harga belum dibayar. Sementara Obligatoir berarti perjanjian jual beli juga merupakan perjanjian yang menimbulkan atau menimbulkan kewajiban pada para pihak.

a. Perjanjian-Perjanjian yang Dilarang bagi Pelaku Usaha

Dalam UU No. 5 Tahun 1999 terdapat 11 macam perjanjian yang dilarang untuk dibuat oleh pelaku usaha dengan pelaku usaha lain, sebagaimana diatur dalam Pasal 4 sampai dengan Pasal 16. Perjanjian-perjanjian yang dilarang dibuat tersebut dianggap sebagai praktik monopoli dan/atau persaingan usaha yang tidak sehat. Apabila perjanjian-perjanjian yang dilarang ini ternyata tetap dibuat oleh pelaku usaha, maka perjanjian yang demikian diancam haram demi hukum atau dianggap tidak pernah ada, karena yang dipalkikan sebagai objek perjanjian adalah hal-hal yang tidak boleh yang dilarang oleh undang-undang.

Perjanjian yang dilarang dan termasuk praktik monopoli di antara Pasal 4

UNIVERSITAS PADJARAN

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas

dikategorikan sebagai persaingan usaha tidak sehat. Meskipun keempat Pasal diatas yaitu Pasal 4, Pasal 9, Pasal 13, dan Pasal 16 termasuk perjanjian yang dianggap mengakibatkan praktik monopoli, tetapi keempat Pasal itu pun menurut UU No. 5 Tahun 1999 dapat menimbulkan persaingan usaha tidak sehat. Tak peduli apakah akibat yang ditimbulkan itu bersifat kumulatif atau bersama-sama (terjadi praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat), maupun alternatif atas salah satu dari praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat saja (Insan Budi Maulana, 2000 : 18).

Dari Pasal 4 sampai dengan Pasal 16 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, terdapat beberapa perjanjian yang dilarang, sebagai berikut

1. Perjanjian Oligopoli (Pasal 4)

Dalam Pasal 4 ayat (1) UU No. 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain untuk secara bersama-sama melakukan pengendalian produksi dan/atau pemertaraan barang dan/atau jasa, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat. Berdasarkan ketentuan Pasal 4 ayat (1) tersebut bahwa undang-undang hanya melarang oligopoli yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

2. Perjanjian Penetapan Harga (Pasal 5)

Pasal 5 UU No. 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk mengadakan perjanjian dengan pesaingnya untuk menetapkan harga atas suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar konsumen atau pelanggannya. Dalam Pasal 5

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas

atau suatu barang dan/atau jasa yang harus dibayar konsumen atau pembelinya pada saat berlangsungnya transaksi.

3. Diskriminasi Harga dan Diskon

Larangan penetapan Diskriminasi harga disebutkan dalam pasal 6 UU No. 5 Tahun 1999, bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian yang mengakibatkan pembeli yang satu harus membayar dengan harga yang berbeda dari harga yang harus dibayar oleh pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama. Berdasarkan ketentuan Pasal 6, diskriminasi harga dilarang apabila pelaku usaha membuat suatu perjanjian dengan pelaku usaha lain yang mengakibatkan: pembeli yang satu harus membayar harga yang tidak sama atau berbeda dengan harga yang harus dibayar pembeli lain untuk barang dan/atau jasa yang sama, karena hal dapat menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat di kalangan pelaku usaha dan dapat merugikan persaingan usaha.

4. Perjanjian Pembagian Wilayah

Pasal 9 UU No. 5 Tahun 1999 melarang pelaku usaha untuk mengadakan perjanjian pembagian wilayah (*market allocation*), baik yang bersifat horisontal atau vertikal. Dalam Pasal 9 UU No. 5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya dengan tujuan membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan/atau jasa, sehingga mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

3. Pemblokiran

Pelaku usaha juga dilarang untuk membuat perjanjian untuk melakukan pemblokiran (boycott). Pemblokiran ini merupakan perjanjian horizontal antar pelaku usaha sejenis untuk menolak secara kolektif hubungan dengan dengan pelaku usaha lain. Larangan membuat perjanjian pemblokiran ini diatur dalam Pasal 10 UU No. 5 Tahun 1999, yang menyatakan :

- Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang dapat menghalangi pelaku usaha lain untuk melakukan usaha yang sama, baik untuk tujuan pasar dalam negeri maupun pasar luar negeri.
- Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya untuk menolak menjual setiap barang dagangan jasa dari pelaku usaha lain, sehingga perbuatan tersebut :
 - a. Menghambat atau dapat diibaratkan menghalangi pelaku usaha lain
 - b. Memhambat pelaku usaha lain dalam menjual atau membeli setiap barang dagangan jasa dari pasar bersangkutan.

4. Kartel

Seringkali suatu industri hanya mempunyai beberapa pemain yang mendominasi pasar. Kondisi demikian dapat membahayakan kompetisi untuk menjamin tindakan bersaing dengan tujuan kesejahteraan ekonomi nasional dan kepentingan keadilan. Karena Hukum Ekonomi ELIPS (1997 : 21) mengartikan kartel sebagai persesuaian atau persesuaian di antara

Rita Sumanti Tarihoran - Eksistensi Perusahaan Ritel Modern ditinjau dari Perspektif
produksi, harga, dan penjualannya, serta untuk memperoleh posisi
monopoli. Dengan demikian, kartel merupakan suatu cara bentuk monopoli,
dimana beberapa pelaku usaha (perusahaan) bersama-sama menguasai produksi,
menentukan harga, dan/atau menjual permasalahan satu-satunya barang dan/atau
jasa, sehingga di antara mereka tidak ada lagi persaingan. Kartel dicantumkan
dalam Pasal 11 UU No. 5 Tahun 1999.

a. Oligopsoni

Demikian pula pelaku usaha dilarang membuat perjanjian oligopsoni, di mana
keadaan pasar yang permintaannya dikuasai oleh pelaku usaha tertentu.
Larangan ini dicantumkan dalam Pasal 12 (A) No. 2 Tahun 1999 yang
menyatakan:

- Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang
bertujuan untuk secara bersama-sama menguasai pembelian atau
penerimaan persediaan agar dapat mengendalikan harga satu barang dan/atau
jasa dalam pasar yang bersangkutan, yang dapat mengakibatkan terjadinya
praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.
- Pelaku usaha paten diduga atau dianggap secara bersama-sama menguasai
pembelian dan/atau penerimaan patokan sebagaimana dimaksud dalam
ayat (1) apabila dan atau tiga pelaku usaha atau kelompok pelaku usaha
menguasai lebih 75% pangsa pasar satu jenis barang atau jasa tertentu.

b. Ikhtisad Vertikal

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas

5 Tahun 1999 dinyatakan bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang bertujuan untuk menguasai produksi sejumlah produk yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan/atau jasa tertentu yang mana setiap rangkaian produksi merupakan hasil pengolahan atau proses lanjutan, baik dalam satu rangkaian langsung ataupun tidak langsung, yang dapat mengakibatkan terjadinya persaingan usaha tidak sehat dan/atau merugikan masyarakat. Dari ketentuan Pasal 14 ini jelas bahwa yang dimaksud dengan integral vertical adalah penguasaan produksi atas sejumlah produk, yang termasuk dalam rangkaian proses produksi atas barang tertentu, mulai dari hulu sampai hilir, atau proses yang berlanjut atau suatu lapisan jasa tertentu oleh pelaku usaha tertentu.

c. Perjanjian Tertutup

Perjanjian tertutup diatur dalam Pasal 15-UU No. 5 Tahun 1999. Pasal tersebut menyatakan :

1. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan/atau jasa hanya akan menerima kembali barang dan/atau jasa tersebut kepada pihak tertentu dan/atau pada tempat tertentu
2. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan/atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang dan/atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas

UU No.1 Tahun 1999 dalam Pasal 16 menyatakan bahwa praktik usaha dilarang diadakan perjanjian dengan pihak lain di luar negeri yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Dari pasal 16 ini dapat disimpulkan bahwa perjanjian dengan pihak luar negeri yang dilarang adalah yang dibuat pelaku usaha dengan perjanjian yang memuat ketentuan-ketentuan tidak wajar atau dapat menimbulkan praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

b. Pengaturan Pasar Ritel Modern dalam Hubungannya dengan Pasar Tradisional dan UMKM

Pada dasarnya bisnis berfungsi sebagai arena dan ada untuk menciptakan kemakmuran dalam masyarakat. Dalam menjalankan fungsi ini, maka bisnis diharapkan melalui pengaturan atau kebijakan tertentu yang dianggap penting untuk mencapai kemakmuran itu sendiri. Hukum sebagai korpus peraturan atau kaidah mempunyai isi yang bersifat umum dan normatif, umum karena berlaku bagi setiap orang dan normatif karena menentukan apa yang seyogyanya dilakukan, apa yang tidak boleh dilakukan atau harus dilakukan serta menentukan bagaimana caranya melaksanakan keputusan pada kaidah-kaidah. Berdasarkan konteks tersebut, maka didalam pengujian atau pasar ritel, dengan pertimbangan di atasnya untuk menjaga keseimbangan antara usaha besar, usaha menengah, dan usaha kecil, serta untuk mencegah terjadinya praktik usaha yang tidak sehat.

1. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil.

Undang-Undang ini mengatur ketentuan dan perlindungan usaha kecil sehingga dapat bersaing sebagai legal framework bagi upaya pemberdayaan ekonomi rakyat menghadapi perilaku praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat yang dilakukan usaha besar dalam kegiatan bisnis.

2. Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 167 Tahun 1998 tentang Tata Cara Pemberian Ijin Usaha Kepada Pasar Modern.

Pada pokoknya, mengklarifikasi bahwa pengelola pasar untuk bekerja sama dengan UKM dan pasar tradisional melalui komisioner.

3. Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145 dan Nomor 27 Tahun 1997 tentang Fasilitas dan Pembinaan Pasar dan Perumahan.

SKB ini pada pokoknya menyatakan agar usaha kecil dapat berkembang dalam salah satu ketentuannya menyediakan Ijin Usaha Pasar Modern (IUPM) baru dapat diberikan setelah pasar ritel modern memiliki ijin lokasi berdasarkan Rencana Umum Tata Ruang Wilayah Kota (RUTRWK) dan Rencana Tata Ruang Wilayah Kota (RTRWK) dari Pemerintah Daerah dengan memperhatikan pemberdayaan pasar tradisional.

Selaras dengan hal tersebut, SKB ini mengatur dan menentukan hal-hal sebagai berikut:

- a. Pemberdayaan pedagang kecil dan menengah agar mampu bersaing, terutama melalui dalam memberi percepatan kecil perhubungan.

- usaha perdagangan di pasar dan pertokoan dan pedagang kecil dan menengah.
- c. Pemerintah Daerah menetapkan lokasi pasar dan pertokoan dimana penetapan lokasi pasar ditetapkan berdasarkan rencana tata ruang wilayah kota.
 - d. Keberadaan pasar modern wajib memsuhkembangkan kegiatan usaha pasar tradisional dan pengusaha kecil dan menengah melalui kemitraan.
4. Surat Keputusan Menteri Perdagangan dan Perdagangan Nomor 420/MPPI/Kep/1997 tentang Pedoman Penetapan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan.

Bahwa pada pokoknya Surat Keputusan ini mengatur tentang kehadiran pasar modern yang dapat menekan perkembangan pedagang kecil dan menengah, koperasi serta pasar tradisional, maka pertumbuhan dan perkembangan pasar modern perlu diatur dan dibina agar pedagang kecil, menengah, koperasi, dan pasar tradisional dapat tumbuh dan berkembang dalam mengisi peluang usaha yang tersedia.

5. Secara khusus untuk wilayah Kota Sibolga, peraturan yang terkait adalah
 - a. Peraturan Daerah tingkat II Surakarta Nomor 8 Tahun 1993 tentang Rancangan Umum Tata Ruang Kota Daerah Tingkat II Surakarta tahun 1993-2013.
 - b. PP Nomor 13 Tahun 1995 tentang Ijin Usaha Industri (Lembaran Negara Tahun 1995 Nomor 21 tambahan Lembaran Negara Nomor 3396).
 - c. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 9 Tahun 2003 tentang Perijinan Membentuk Suatu Perusahaan Industri, Ijin Usaha Perdagangan, dan

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Waktu Dan Tempat penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Waktu penelitian akan dilaksanakan sekitar bulan Maret s/d Juni 2023 setelah dilakukan seminar Proposal dan Perbaikan *Outline*, tanggal di keluarkannya ijin penelitian dalam waktu kurang lebih tiga bulan, bulan pertama dan ke dua pengajuan penelitian proposal, satu bulan kemudian seminar proposal, dan dua bulan pengolahan data yang meliputi penyajian dalam bentuk skripsi dan proses bimbingan berlangsung dan akhirnya melakukan sidang.

Table kegiatan skripsi

No	Kegiatan	Bulan																Keterangan								
		September 2022				November 2022				Januari 2023				April 2023					Juni 2024							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		1	2	3	4				
1.	Pengajuan Judul	■	■	■	■																					
2.	Seminar Proposal					■	■	■	■																	
3.	Penelitian									■	■	■	■													

c. Data terasir adalah suatu kumpulan dari data primer dan data sekunder dapat berupa kamus, indeks, dan biografi.

1. Data hukum primer

Bahan-bahan hukum yang mengikat yang terdiri dari peraturan perundang-undangan yang terkait dengan penelitian ini antara lain:

- a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
- b. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).
- c. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- d. Perpres Nomor 112 Tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, Pasar Perbelanjaan dan Toko modern.
- e. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 36/DAG/PER/2014 Tentang Perubahan atas peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/M/DAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pasar Perbelanjaan dan Toko Modern. Bahan hukum sekunder.

Merupakan bahan hukum yang memberi penjelasan mengenai bahan primer berupa tulisan-tulisan yang terkait hasil penelitian dan berbagai permasalahan dibidang hukum. Bahan hukum sekunder yang digunakan adalah buku-buku, jurnal, makalah-makalah serta karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan eksistensi ritel modern ditinjau dari aspek hukum persaingan usaha.

2. Bahan hukum tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan-bahan hukum yang memberikan informasi dan petunjuk terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Dalam penelitian ini, bahan hukum tersiernya berupa Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kamus Hukum serta bahan hukum lainnya yang diambil dari internet.

Data tersebut didapat dari hasil penelitian pada:

- 1) Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Medan Area
- 2) Perpustakaan Pusat Universitas Medan Area
- 3) Buku-buku dan bahan perkuliahan yang penulis miliki.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam ini digunakan alat pengumpul data, yaitu:

- a. Library Research (Penelitian Kepustakaan) yaitu penelitian yang dilakukan berdasarkan sumber bacaan, yaitu naskah, naskah, buku-buku, penelitian ilmiah, artikel ilmiah, media massa, dan jurnal hukum yang berhubungan dengan materi yang dibahas dalam proposal skripsi ini. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.
- b. Field Research (Penelitian Lapangan) yaitu dengan melakukan penelitian langsung ket lapangan. Dalam hal ini peneliti langsung melakukan penelitian ke Aisdi Plaza Sibolga dengan cara wawancara.

3.5 Analisis Data

Dalam melakukan analisa data dari semua kesimpulan menggunakan metode

judul pembahasan, majalah maupun media massa, perundang-undangan dan wawancara.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini selanjutnya dianalisis secara analisis kualitatif, yaitu dengan memperhatikan fakta-fakta yang ada dilapangan sesuai dengan penelitian yang di lakukan pada Aido Plaza Sibolga. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui sumber permasalahan yuridis dalam Eksistensi perusahaan Ritel modern Ditinjau Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha Di Kota Sibolga (Study Aido Plaza Sibolga) . Untuk memperoleh suatu gambaran singkat mengenai suatu permasalahan dalam penelitian ini.

3.5 Metode Analisis

Data yang diperoleh dari hasil penelitian, selanjutnya akan dikumpulkan dari analisis secara kualitatif yaitu metode pengelolaan data yang secara mendalam dengan data dari hasil pengamatan, wawancara, dan literatur, kemudian diolah dan dianalisis secara deduktif yaitu berbasarkan gagasan utama pengetahuan umum dan kemudian meneliti permasalahan yang bersifat Khusus.

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan penulis untuk memperoleh data data penelitian adalah observasi dan wawancara. Instrumen penelitian inilah yang akan menggali data dari sumber-sumber informasi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

1. Program Ritel Modern di Sibolga bertujuan untuk mendorong perkembangan masyarakat dengan konsepnya, namun belum ada panitia yang mengatur konsep Ritel Modern. Program ini dipengaruhi oleh peraturan perundang-undangan yang ada di Indonesia, seperti Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 tentang Tata Kota Tradisional, Pelestarian, dan Toko Modern. Toko modern adalah suatu sistem layanan yang mendistribusikan berbagai jenis barang secara, seperti minimarket, supermarket, department store, hypermarket, dan toko kelenteng. Studio Aido Plaza yang berlokasi di Sibolga karena tidak hanya menyediakan ruang ritel besar namun juga menyediakan layanan ritel skala kecil dan terjangkau. Proyek ini akan memiliki empat tingkat ritel modern A, B, C, dan D. Studio Aido Plaza merupakan badan hukum yang belum diperdagangkan secara publik. Proyek ini dikelola oleh Studio Aido Plaza Sibolga, sebuah perusahaan induk yang berinvestasi pada anak-anak perusahaan dan mengelola manajemennya. Proyek ini bertujuan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman bagi penduduk lokal dan pengujung.
2. Keputusan Presiden Indonesia tahun 2007 tentang pengembangan Kota Tradisional, Perencanaan Kota, dan Perencanaan Kota, belum cukup membahas pentingnya perencanaan kota tradisional. Hal ini menyebabkan kurangnya legitimasi bagi pengembangan perencanaan kota modern. Studi ini menyatakan bahwa proses perencanaan di Kota Sibolga saat ini harus didasarkan pada rencana perencanaan lokal dan perlunya batasan yang jelas antara kawasan perkotaan modern dan tradisional. Pemerintah juga harus menetapkan peraturan untuk menjaga keseimbangan antara perencanaan kota modern dan tradisional. Studi ini juga menunjukkan bahwa situasi Kota Sibolga saat ini dipengaruhi oleh semakin banyaknya kawasan perkotaan modern yang diperdagangkan dan dikenali oleh perencanaan kota yang lebih modern yang diperdagangkan secara publik. Pemerintah juga harus memberikan stabilitas untuk pemerintah.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin U

- berkembangnya perencanaan kota modern di masa depan.
3. Persaingan ekonomi di Indonesia telah menyebabkan kesenjangan antara usaha kecil dan besar, dimana usaha kecil menghadapi tantangan seperti kurangnya infrastruktur, kualitas produk, dan kemajuan teknologi. Kesenjangan antara usaha kecil dan besar diperburuk oleh faktor-faktor seperti kurangnya infrastruktur, kurangnya pengembangan teknologi, dan kurangnya bahan baku. Proyek Aido Plaza, yang berlokasi di Sibolga, belum menarik minat para pemilik usaha kecil karena dianggap tidak adanya regulasi. Namun proyek tersebut dipengaruhi oleh konsep "harga murah" dan upaya Ai-do Plaza Sibolga untuk memodernisasi kawasan tersebut. Proyek ini terletak di kawasan tertinggal dalam hal lingkungan hidup, yang merupakan akibat dari perataan lingkungan hidup yang tertuang dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern. Pemerintah harus mendukung proyek Aido Plaza untuk mencegah gangguan lebih lanjut.

5.2 Saran

1. Pelaku usaha ritel modern agar dapat menanti segala aturan yang telah dikeluarkan oleh pemerintah dan harus memperhatikan keadilan bagi para pelaku usaha ritel modern.
2. Pemerintah agar kiranya dapat mengambil peran untuk dapat mengawasi pelaksanaan perijinan dan lebih memperhatikan usaha ritel tradisional yang mulai kalah bersaing dengan usaha ritel modern.
3. Pemerintah kota Sibolga seharusnya membuat regulasi terkait kehadiran Aldo Plaza berupa aturan zonasi dalam bentuk Peraturan daerah. Peraturan ini sangat penting karena akan saling berkaitan dengan aturan lainnya terutama dalam regulasi izin usaha toko modern yang juga berdampak terhadap keberlangsungan ritel tradisional

Daftar Pustaka

A. BUKU

- Grofindo Persada Amiruddin, Zainul Asikin, 2004, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Jakarta, PT. Raja Grafindo.
- Hermawaty, 2009, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Jakarta, Kencana.
- Di Purnomo, R. Serfianto, *Orke Sukses Bisnis Ritel Modern*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013.
- Iwahin, Jolevy, 2009, *Hukum Persaingan Usaha Filosofi, Teori dan Implikasi Penerapannya di Indonesia*, Malang: Bayumedia.
- Prayogo, Ayuda D. et. al. 1999, *Persaingan Usaha dan Hukum yang Mengaturinya di Indonesia*, Jakarta: Proyek ELipa.
- Rachmadi Usman, 2013, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, Jakarta, Siwar Grafika.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016), *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey. Pearson Prentice Hall, Inc
- Euis Amalia, M. Nur Rianto Al Arif, *Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta: Persada Group, 2010.
- Atis, Abdul, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.

- Simamora, Bilson, Panduan Riset Perilaku Konsumen, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001*
- Aribastari, R. dan Setyana, J. S. (2013). Pengaruh Daya Tarik Pasar Tradisional Dan Pasar Modern Terhadap Preferensi Konsumen (Studi Komparasi Pasar Karangayu Dan Glant Superdama), Jurnal Teknik PWK 539-548*
- ST Sijoni, Asep, 2004, Paradigma Dalam Manajemen Ritel Modern. Yogyakarta: Graha Ilmu.*
- Bahasa, Penyusunan Kamus Pasar Pembinaan dan Pengembangan, „Kamus Besar Bahasa Indonesia”, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Gramedia Pustaka Utama, 2008).*
- M, Mursid, Manajemen Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara, 2014.*
- Hakim, Muhammad Aziz, Menguasai Pasar Mengeruk Untung (Jakarta: Krisna Persada, 2005).*
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka, 1998.*
- Hermanto Malano, Selamatkan Pasar Tradisional (Jakarta: Gramedia, 2011)*
- Agama RI, Departemen. Al-Qur'an dan Terjemahannya (Jakarta: PT Kalim, 2010).*
- Suhazril Dan Makarau Taufik Muhammad 2010, Hukum Larangan Praktik Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Di Indonesia. Bogor: Ghalia Indonesia.*

Kusumawaty, Venny Suryani Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional Di Kecamatan Cimahi Tengah Kota Cimahi, program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung

Mudjarat Kuncoro, Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi (Jakarta: Erlangga, 2003).

Mudjarat Kuncoro, Strategi Pengembangan Pasar Modern Dan Tradisional (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003).

B. PERATURAN PERUNDANG UNDANGAN

Perpres Nomor 112 Tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 56/MDAG/PER/9/2014 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 70/MDAG/PER/12/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern.

Peraturan Presiden No. 112 Tahun 2017 Tentang Penataan Dan Pembinaan Pasar Tradisional Pusat Perbelanjaan Dan Toko Modern

Pasal 3 Poin (2) Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 53 Tahun 2008

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Tidak Sehat

C. JURNAL DAN MAKALAH

- Agus Susilo & Tnufik (2010) Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Usaha Ritel Koperasi/Wasenda Dan Pasar Tradisional, *Jurnal Ekonomi*.
- Ahmad Dakhoir, (2018) Eksistensi Usaha Kecil Menengah Dan Pasar Tradisional Dalam Kebijakan Pengembangan Pasar Modern, *Dalam Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat Volume 14*,
- Euis Soliha, *Jurnal Ilmiah dan Ekonomi (JIE) Analisis Industri Ritel di Indonesia*, Vol.15, No.2, September 2008.
- Febrian Pramana Putri, M. Awaluddin, Arief Lalla Nograha. (2014) Seluaran dan Potensi Minimarket (Studi Kasus : Kota Semarang), *dalam Jurnal Gendesi, Volume 3, Nomor 4*.
- Komisi Pengawas Peningkatan Usaha Republik Indonesia, *Negeri Surga Rasi*, Majalah Kompetisi Edisi 34, Jakarta Pusat, 2012.
- Macina L. Pandia, *Patent Bisnis Ritel Di Indonesia: Pasar Modern*, *Economic Review*, No. 215, Maret 2009.
- Kurno. (2008) Dampak Pesatnya Minimarket Terhadap Usaha Kecil Jenis Ritel, *Dalam Jurnal Ekonomi Modernisasi Volume 4, Nomor 3*.
- Sutan Remy Sjahdini. (2008) Analisis Hukum Persaingan Pasar Ritel, *Jurnal Hukum Bisnis Volume 27, Nomor 1*
- Tri Joko Utama, *Fungsi Dan Peran Bisnis Ritel Dalam Seluaran Pemasaran*, *Fokus Ekonomi Vol.4 No.1, Juni 2009*,
- Zulfri Chaisi, Afiah, Utary Mahamny. (2019) Aspek Hukum Keberadaan Minimarket

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan

D. SKRIPSI, TESIS

- Fauza, Mufliatul, 2017. *Analisis faktor yang mempengaruhi eksistensi ritel tradisional dalam menghadapi ritel modern di kecamatan medan amplas*. Tesis. Medan: UIN Sumatera Utara.
- Hasti Muhammad, 2016. *Peran Pemerintah Daerah Kota Pangkajene Dalam Penetapan Usaha Ritel Modern Perspektif Hukum Ekonomi*. Tesis. Pangkajene. IAIN
- Mufliatul Fauza, 2017. *Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Eksistensi Ritel Tradisional Dalam Menghadapi Ritel Modern Di Kecamatan Medan Amplas*. Tesis: Uiu.
- Putri A.A, Niken, 2022. *Persaingan Bisnis Ritel Modern Dengan Ritel Tradisional*. Tesis. LAIN (Metro).
- Slegar K.S, Naila, 2022. *Dampak Kehadiran Toko Modern Terhadap Persepsi Pedagang Tradisional Di Kota Sibolga*. Tesis. padangsidempuan. IAIN.
- Siddewisasi, Wyati. (2011). *Skripsi : Analisis Dampak Usaha Ritel Modern terhadap Usaha Ritel Tradisional. Semarang* : Institut Agama Islam Walisongo.

WIKISTIT

Databoks, Geral Alfamart Dan Indomaret Masih Ekspansi, Lihat:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/10/05/alfamart-dan-indomaret-masih-ekspansi>, (Dikutip, 10 Juni 2023, 20,00 Wib)

Febrianto Eko Wicaksono, 2.000 Pasar Tradisional Lenyap dari Peredaran, Lihat
<http://pedagangpasar.org/2015/12/2-000-pasar-tradisional-lenyap-dari-peredaran.com> (Dikutip, 10 Juni 2023, 20,00 Wib)

Wikipedia, Kota Sibolga https://id.m.wikipedia.org/wiki/Kota_Sibolga
(Dikutip, 12 Juni 2023, 18,00 Wib)



AIDO DEPAR

Rita Sumanti Tarihoran - Eksistensi Perusahaan Ritel Modern ditinjau dari Pers

Pusat Perbelanjaan Busa



UNIVERSITAS MEDAN AREA

Document Accepted 27/9/24
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk a

Access From (repository.uma.ac.id) 27/9/24



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 27/9/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa ijin Universitas Medan Area



**PEMERINTAH KABUPATEN
AIDO PLAZA SIBOLGA
KABUPATEN KOTA SIBOLGA**

Jl. Pesisiran Bimporpono No. 2, Pesisiran Perak, Sibolga Kota Sibolga,
Sumatera Utara, 02611

Kota Sibolga, 2279

Nomor : 1063/AIDOP/W/2023
Lampiran :
Hal : Surat Balasan

Kepada Yth
Dekan Fakultas Hukum
Universitas Medan Area
Sumatera Utara
Di
Medan

Dengan Hormat,

1. Sesuai Surat dari Fakultas Hukum Universitas Medan Area tanggal 10 Februari 2023, No : 225/A/1101.10 /II/ 2023 tentang Permohonan Izin Penelitian dalam penyusunan Skripsi
2. Maka dengan itu AIDO PLAZA Kabupaten Kota Sibolga telah menerima Bapak/I untuk melakukan Survey lahan Penelitian, kepada :

Nama : Rita Sumanti Tarihoran
Nim : 191400014
Program Studi : Hukum Perdata
Judul Skripsi : *"Eksistensi Perusahaan Ritel Modern Ditinjau Dari Perspektif Hukum Persaingan Usaha Di Kota Sibolga (Study Aido Plaza Sibolga)"*

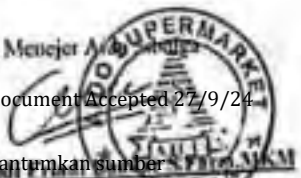
Demikian hal ini kami sampaikan atas kerjasamanya kami ucapkan terimakasih.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Kepala Menejer Aido Plaza

Document Accepted 27/9/24



1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan

Daftar Pertanyaan Saat Wawancara Dengan Pihak Aido Plaza :

4. Bagaimana konsep eksistensi perusahaan ritel di Aido Plaza Sibolga?
5. Bagaimana peran Pemerintah daerah terhadap penataan usaha ritel modern di kota Sibolga?
6. Bagaimana dampak terhadap eksistensi Perusahaan Ritel Plaza di Sibolga?

